

Inhoudsopgave

Deel A Introductie

Introductie Marketing-communicatie (in de luchtvaart- en hospitalitybranche) K0464	15
Hoofdstuk 1 Kennismaken met marketingcommunicatie	21
1.1 Inleiding	21
1.2 Doelstellingen	22
1.3 Wat is marketing?	22
1.4 Soorten marketing	24
1.5 Wat is marketingcommunicatie?	26
1.6 Soorten communicatie	27
1.7 Jij en marketing en marketingcommunicatie	28
1.8 Werken als marketeer	28
1.9 Samenvatting	31
1.10 Begrippen	32
1.11 Eindopdracht	33
Hoofdstuk 2 Marketingcommunicatie in luchtvaart en hospitality	35
2.1 Inleiding	35
2.2 Doelstellingen	35
2.3 Marketingcommunicatie voor services	36
2.4 Marketingcommunicatie in de luchtvaart	37
2.5 Marketingcommunicatie in de hospitality	41
2.6 Samenvatting	43
2.7 Begrippenlijst	44
2.8 Eindopdracht	45

Deel B Marketingonderzoek

Hoofdstuk 3 Marktsegmentatie	51
3.1 Inleiding	51
3.2 Doelstellingen	52
3.3 Stap 1: Marktsegmentatie	52
3.4 Stap 2: Doelgroepen	53
3.5 Doelgroepen en classificatie	58
3.6 Stap 3: Persona's	61
3.7 Samenvatting	65
3.8 Begrippenlijst	66
3.9 Eindopdracht	66

Hoofdstuk 4 Marketingonderzoek opzetten	67
4.1 Inleiding	67
4.2 Doelstellingen	68
4.3 Introductie van de opdrachtgever	68
4.4 Doelstelling en probleemstelling	69
4.5 Opstellen onderzoeksvoorstel	71
4.6 Planning maken voor onderzoeksactiviteiten	72
4.7 Regelen/organiseren van onderzoeksactiviteiten	73
4.8 Samenvatting	74
4.9 Begrippenlijst	75
4.10 Eindopdracht	76
 Hoofdstuk 5 Methoden van onderzoek	 77
5.1 Inleiding	77
5.2 Doelstellingen	78
5.3 Deskresearch	78
5.4 Steekproef	79
5.5 Interview	82
5.6 NPS-score	87
5.7 SERVQUAL-model	88
5.8 Observatie	90
5.9 Design based onderzoek	91
5.10 Samenvatting	93
5.11 Begrippenlijst	94
5.12 Eindopdracht	95
 Hoofdstuk 6 Analyseren, rapporteren en presenteren van de resultaten van het onderzoek	 97
6.1 Inleiding	97
6.2 Doelstellingen	98
6.3 Verwerken, ordenen, analyseren en interpreteren van data	98
6.4 Rapportage	100
6.5 Presentatie	102
6.6 Samenvatting	104
6.7 Begrippenlijst	105
6.8 Eindopdracht	106
 Hoofdstuk 7 Bedrijfs- en marktanalyse, trends en ontwikkelingen	 107
7.1 Inleiding	107
7.2 Doelstellingen	108
7.3 Bedrijfsanalyse	108
7.4 Marktanalyse	112
7.5 DIT-trends en ontwikkelingen	118
7.6 SWOT-analyse	125
7.7 Samenvatting	126
7.8 Begrippenlijst	127
7.9 Eindopdracht	129

Hoofdstuk 8 Marketingcommunicatie via beeld, geluid en tekst	131
8.1 Inleiding	131
8.2 Doelstellingen	132
8.3 Huisstijl	132
8.4 Visual marketingcommunicatie	134
8.5 Audiomarketing	137
8.6 Contentmarketing	139
8.7 AI marketingcommunicatie	141
8.8 Samenvatting	142
8.9 Begrippenlijst	143
8.10 Eindopdracht	144

Hoofdstuk 9 Wetgeving marketingcommunicatie	145
9.1 Inleiding	145
9.2 Doelstellingen	146
9.3 General Data Protection Regulation (GDPR) / Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG)	146
9.4 Digital Services Act (DSA)	148
9.5 Artificial Intelligence Act (AI-ACT)	149
9.6 EU Data Privacy Framework (DPF)	150
9.7 Telecommunicatiewet	151
9.8 Fossiel reclameverbod Den Haag	152
9.9 Samenvatting	153
9.10 Begrippenlijst	154
9.11 Eindopdracht	155

Deel C Aspecten van online marketing

Hoofdstuk 10 Online marketing	161
10.1 Inleiding	161
10.2 Doelstellingen	162
10.3 Website	162
10.4 E-mail marketing	163
10.5 Webcare	164
10.6 Google Analytics	166
10.7 De Cialdini-check	167
10.8 Samenvatting	173
10.9 Begrippenlijst	174
10.10 Eindopdracht	175

Hoofdstuk 11 Optimalisatie website	177
11.1 Inleiding	177
11.2 Doelstellingen	177
11.3 Search engine optimization (SEO)	178
11.4 Zoekwoorden	179
11.5 Search engine advertising (SEA)	182
11.6 Samenvatting	185
11.7 Begrippenlijst	186
11.8 Eindopdracht	187

Deel D Social media marketing

Hoofdstuk 12 Social media marketing	193
12.1 Inleiding	193
12.2 Doelstellingen	194
12.3 Social media marketing	194
12.4 Social media platforms	197
12.5 Influencer marketing	199
12.6 Content	201
12.7 Social media luchtvaart	204
12.8 Social media hospitality	207
12.9 Social media analyse	210
12.10 Samenvatting	212
12.11 Begrippenlijst	213
12.12 Eindopdracht	215